

# 事業計画及び成長可能性に関する事項



# イトコロ

東証マザーズ 6049  
2021年12月

※ 本資料に含まれる数値、指標は、当社の経営成績及び財政状態に関して、適切な理解を促進することを目的として開示しており、すべての数値、指標が監査法人による監査又はレビューの対象ではない点にご留意ください。

# 事業概要及び ビジネスモデル

## ミッション

すべての人に、人生を豊かにする教育を

## ビジョン

すべての人が、  
一人ひとりにあった教育を選択できる  
「教育選びのインフラ」をつくる

『塾ナビ』や『みんなの学校情報』、『家庭教師比較ネット』等の教育領域特化型メディアを運営

## 塾ナビ

全国の幼児、小学生、中学生、高校生の本人及び保護者の方々が、目的にあった学習塾や予備校を簡単に検索比較できるポータルサイト  
掲載教室数88,000教室以上、口コミ掲載数24万件以上



領域  
No.1  
※1

## みんなの学校情報

全国の保育園、幼稚園、小学校、中学校、高等学校、専門学校、大学等の学校選びに役立つ情報を総合的に得ることのできるポータルサイト  
口コミ掲載数60万件以上



領域  
No.1  
※2

## 家庭教師比較ネット



領域  
No.1  
※3

## 医学部予備校ガイド



領域  
No.1  
※4

## コドモブスター



2019年  
11月  
買収

※ 上記画像は全てサイトイメージであり、数値はいずれも2021年12月16日時点の数値  
 ※ 上記「No.1」表記は、各調査における「利用者数1位」を指します。  
 ※ 1 2021年版塾・予備校検索サイトの利用に関する市場実態把握調査 実査委託先：株式会社インテージ（2021年2月）  
 ※ 2 検索サイトNo.1調査「みんなの学校情報」 実査委託先：株式会社インテージ（2021年6月）  
 ※ 3 家庭教師 検索サイトNo.1調査 実査委託先：株式会社インテージ（2021年2月）  
 ※ 4 医学部予備校検索サイト掲載予備校数調査 自社調べ（2021年6月）

ユーザーへクライアント企業の詳細情報等を提供し、閲覧したユーザーがクライアント企業へ資料請求をした際にクライアント企業より成果報酬を收受



※ ユーザーは、主に自然検索と広告経由により流入  
広告経由の流入においては、リスティング広告（検索連動型広告、ディスプレイ広告）を中心とする広告宣伝費が発生

# ビジネスモデル② アドネットワーク広告による報酬 イトワロ

メディアへGoogle AdSenseなどのアドネットワーク広告を掲載し  
訪れたユーザーがクリックすることで、報酬を収受（みんなの学校情報などで実施）



ポイント

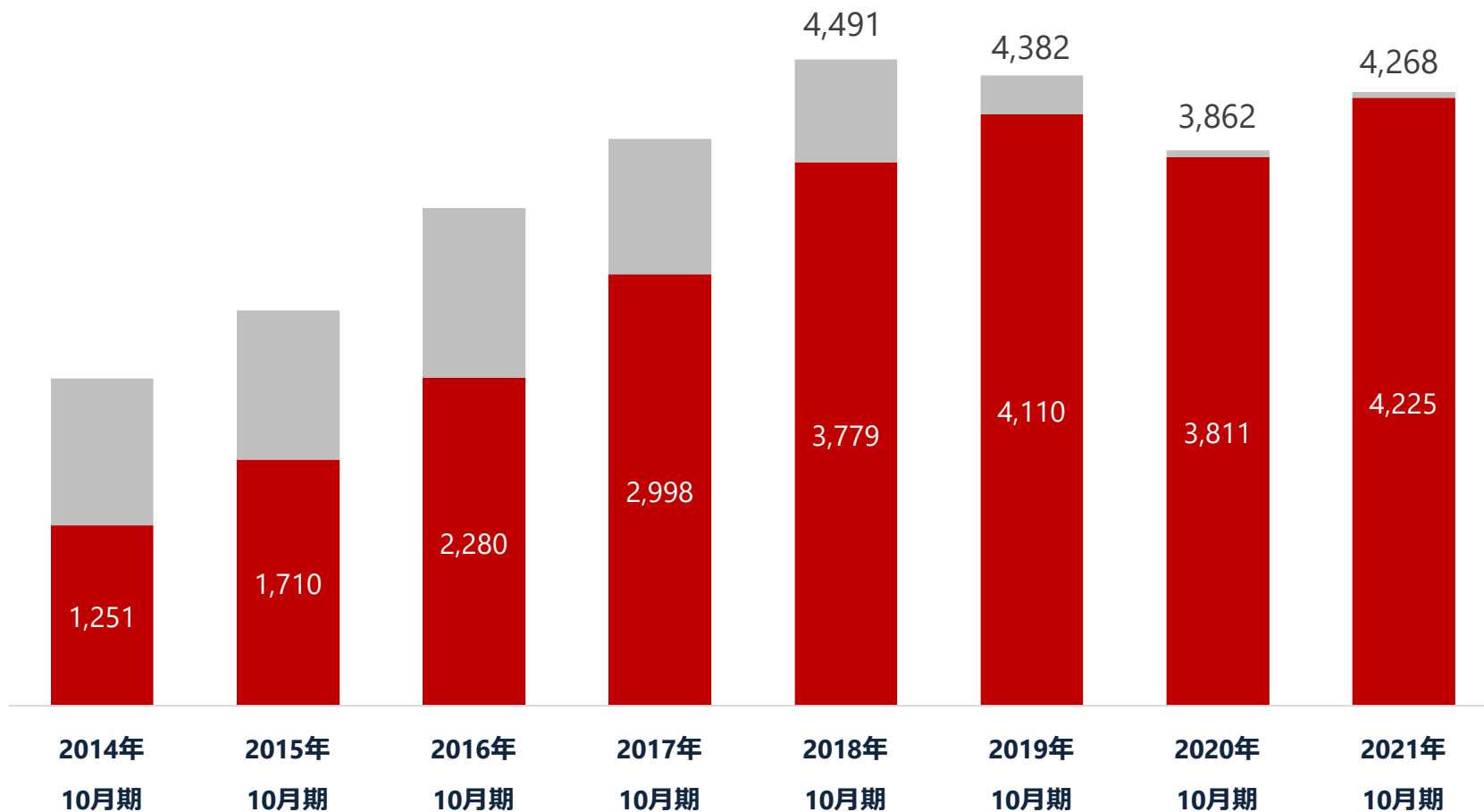
PVが増加すれば  
売上高も増加

教育メディアサービスは安定的に成長

引き続きその他サービスを縮小し、教育メディアサービスに注力

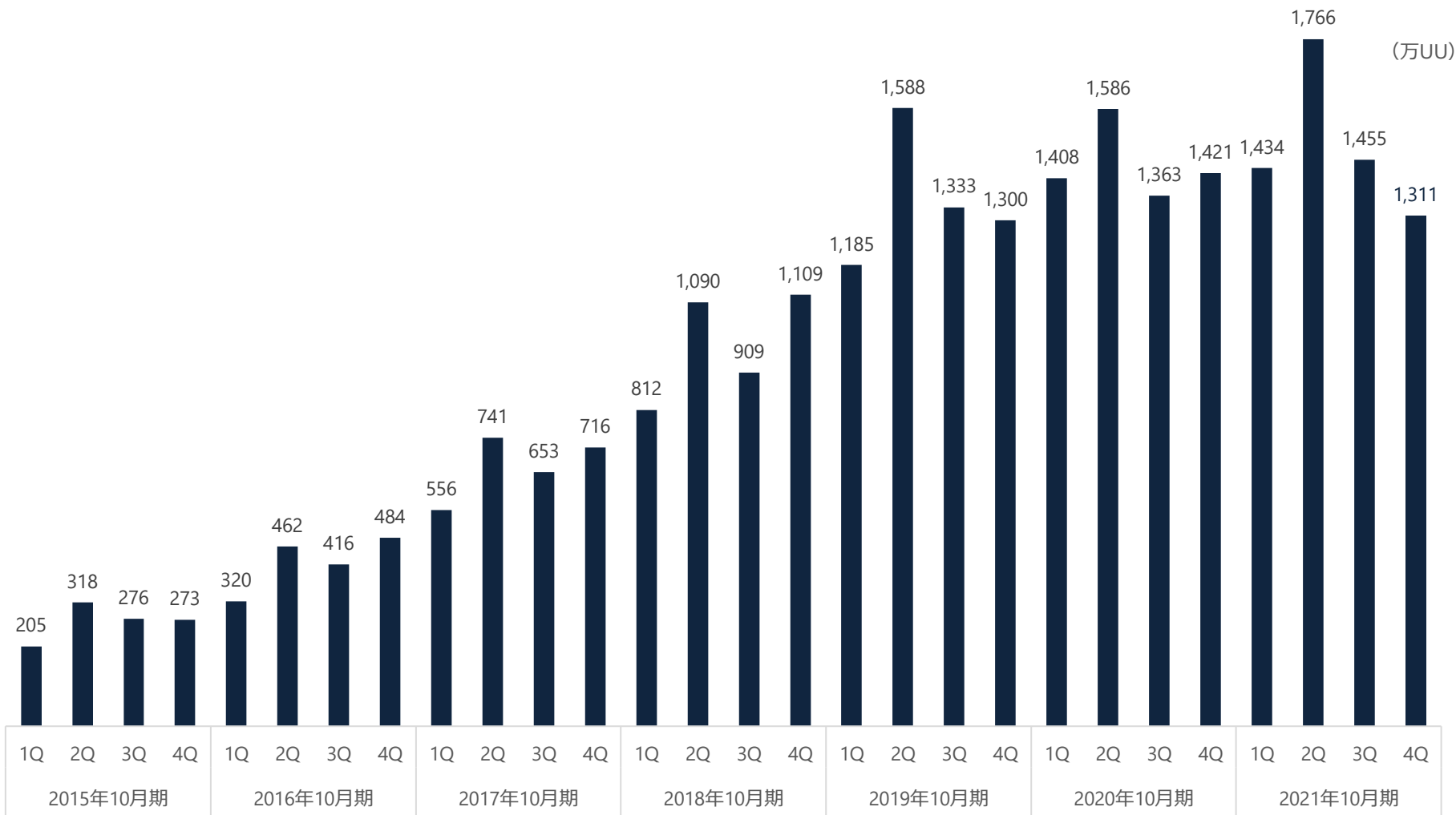
■ 教育メディアサービス ■ その他サービス (金融メディア / コンサルティングサービス)

(百万円)



※ 2017年10月期からその他サービスの一部売上高の会計方針を変更したため、2016年10月期以前のその他サービスの売上高については数値を記載しておりません。

- ・ 月間ユーザー数は1,700万超と、多数のユーザーからの支持
- ・ 新型コロナウイルス感染症拡大の影響により、2021年10月期第4四半期は前年同期比でユーザー数が減少するも、2021年10月以降は回復の傾向が見られる

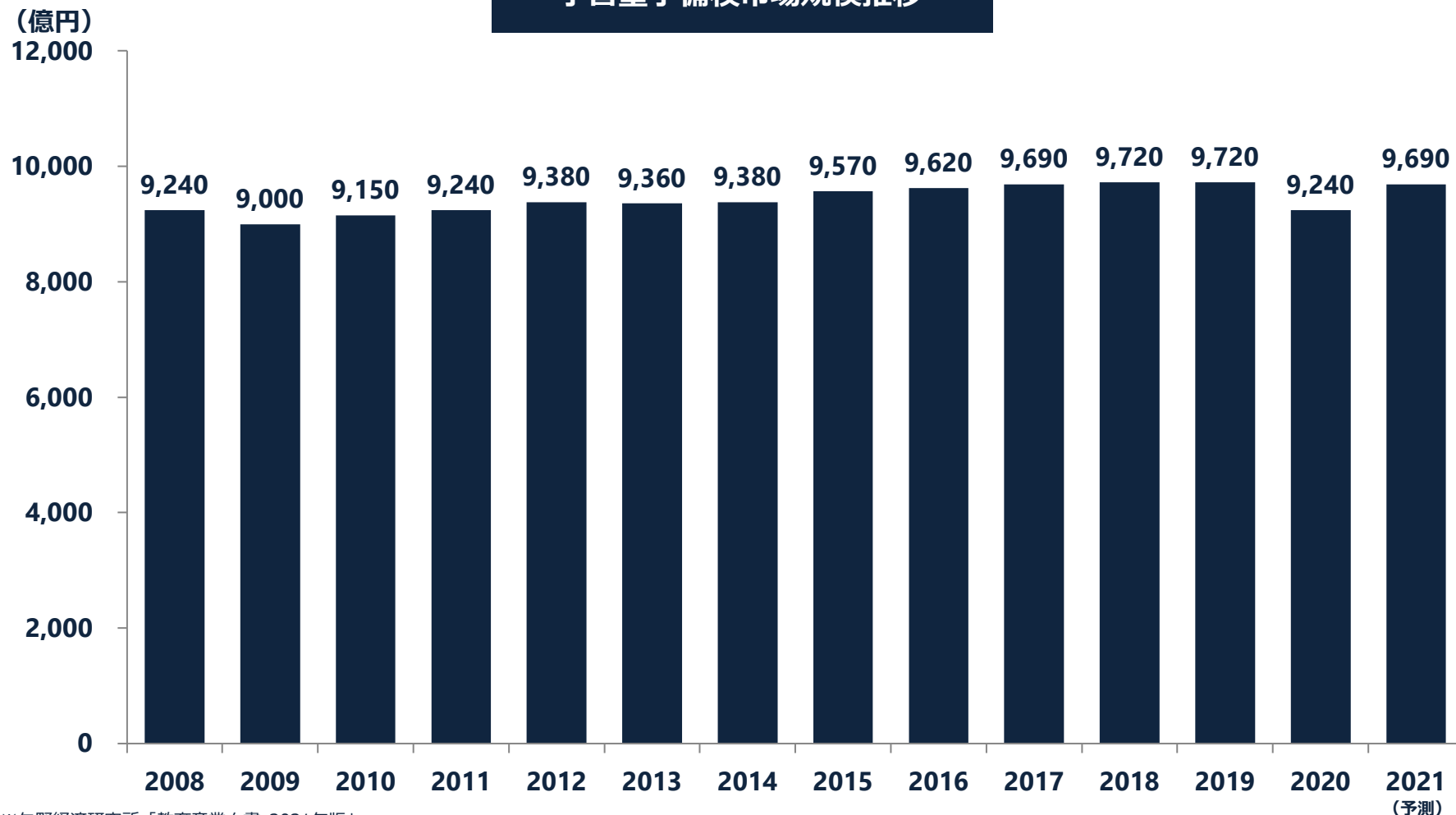




# 市場環境

学習塾予備校領域の市場規模は少子化の影響を受けず、緩やかに拡大傾向

— 学習塾予備校市場規模推移 —



※矢野経済研究所「教育産業白書 2021年版」

チラシやイベントにおける広告予算のインターネット広告への移行の加速等を背景に  
インターネット広告市場が拡大

— インターネット広告と折込チラシ広告の市場規模の推移 —



※ 電通「2020年 日本の広告費」

# 競争力の源泉

## 1 口コミストックモデル

- ・ 圧倒的な口コミの質と量
- ・ 長年培った口コミ運用のノウハウ

## 2 多数のユーザーからの支持

- ・ 質の高い口コミを大量に保有し、多数のユーザーに支持されることで、クライアント企業への多数の送客を実現

## 3 成果報酬型課金システム

- ・ 成果報酬型課金システムが、クライアント企業の広告出稿の最適化を実現し、クライアント企業との長期的なwin-win関係を実現

- ・ 塾ナビ24万件以上、みんなの学校情報60万件以上をはじめとした圧倒的な量の口コミを掲載
- ・ 当社独自のガイドラインに則って原則全ての口コミに審査を行うことでユーザーの求める中立的で優良な口コミコンテンツを掲載

## 口コミ掲載数

塾ナビ



24万 件以上

60万 件以上

教育メディアサービス全体で、月間ユーザー数は1,700万人超

## 塾ナビ



## みんなの学校情報



## 家庭教師比較ネット

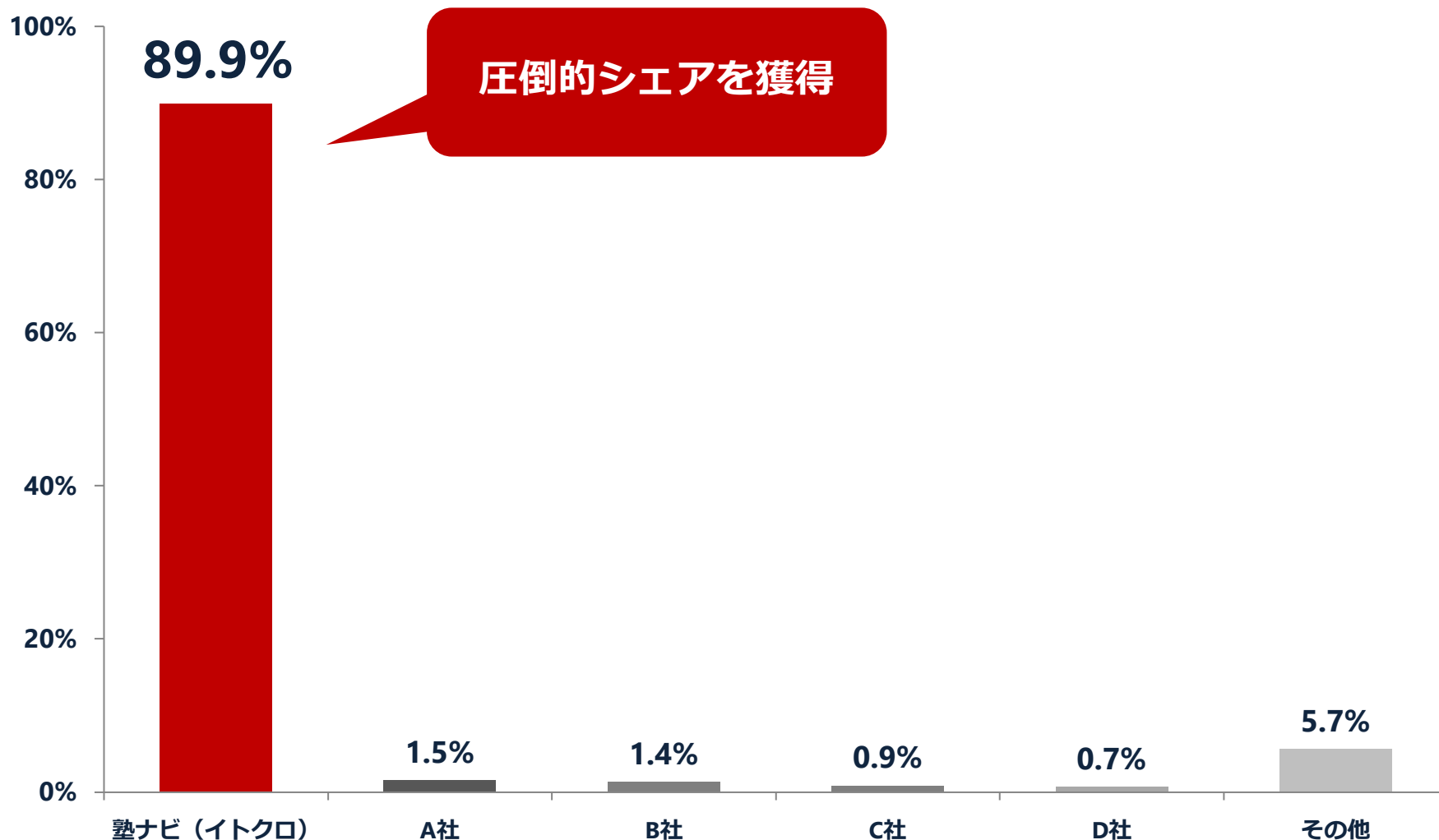


## 医学部予備校ガイド



- ※1 2021年版塾・予備校検索サイトの利用に関する市場実態把握調査 実査委託先：インテージ（2021年2月）  
調査対象：子供を学習塾・予備校に通わせている、もしくは通わせた経験があり、インターネットにて塾を探したことがある母親（30-50代）
- ※2 検索サイトNo.1調査「みんなの学校情報」 実査委託先：株式会社インテージ（2021年6月） 調査対象：10-20代の学生、10-20代の学生の保護者
- ※3 家庭教師検索サイトNo.1調査 実査委託先：株式会社インテージ（2021年2月） 調査対象：30~50代
- ※4 医学部予備校検索サイト掲載予備校数調査 自社調べ（2021年6月）

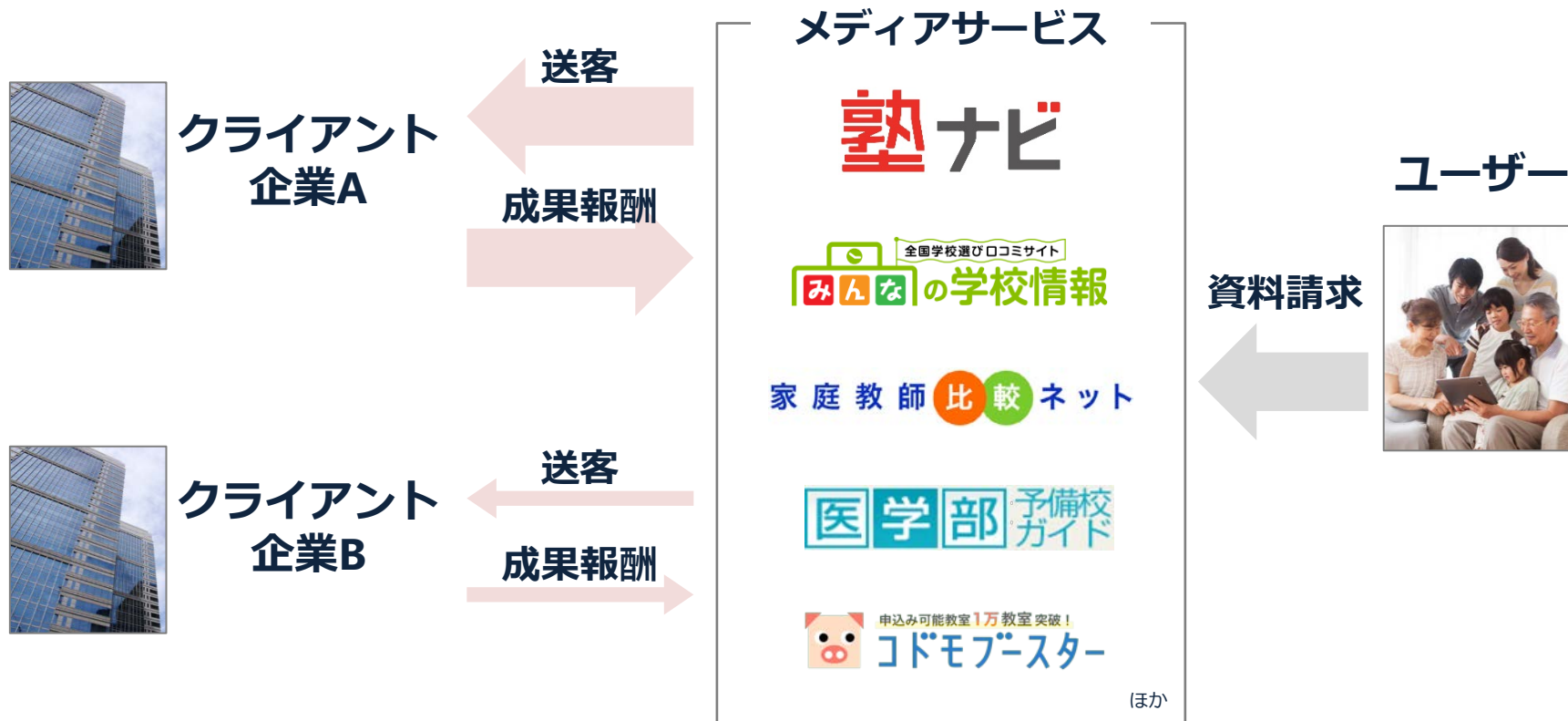
利用者数No.1を実現。競合に対して圧倒的な認知度を獲得



※ 2021年版塾・予備校検索サイトの利用に関する市場実態調査（株式会社インテージ利用）  
2021年2月 株式会社イトクロが株式会社インテージのモニターを利用し、インターネット上で調査を実施  
Q.「塾・予備校選びの際に最も利用したサイト」を1つお答えください。より  
調査対象：子供を学習塾・予備校に通わせている、もしくは通わせた経験があり、インターネットにて塾を探したことのある母親（30-50代）



- ・ ユーザーがクライアント企業へ問い合わせや資料請求等を行い、その件数に応じて報酬をいただく成果報酬型課金システム
- ・ クライアント企業にとって効果が明確で高い費用対効果を実現



# 事業計画

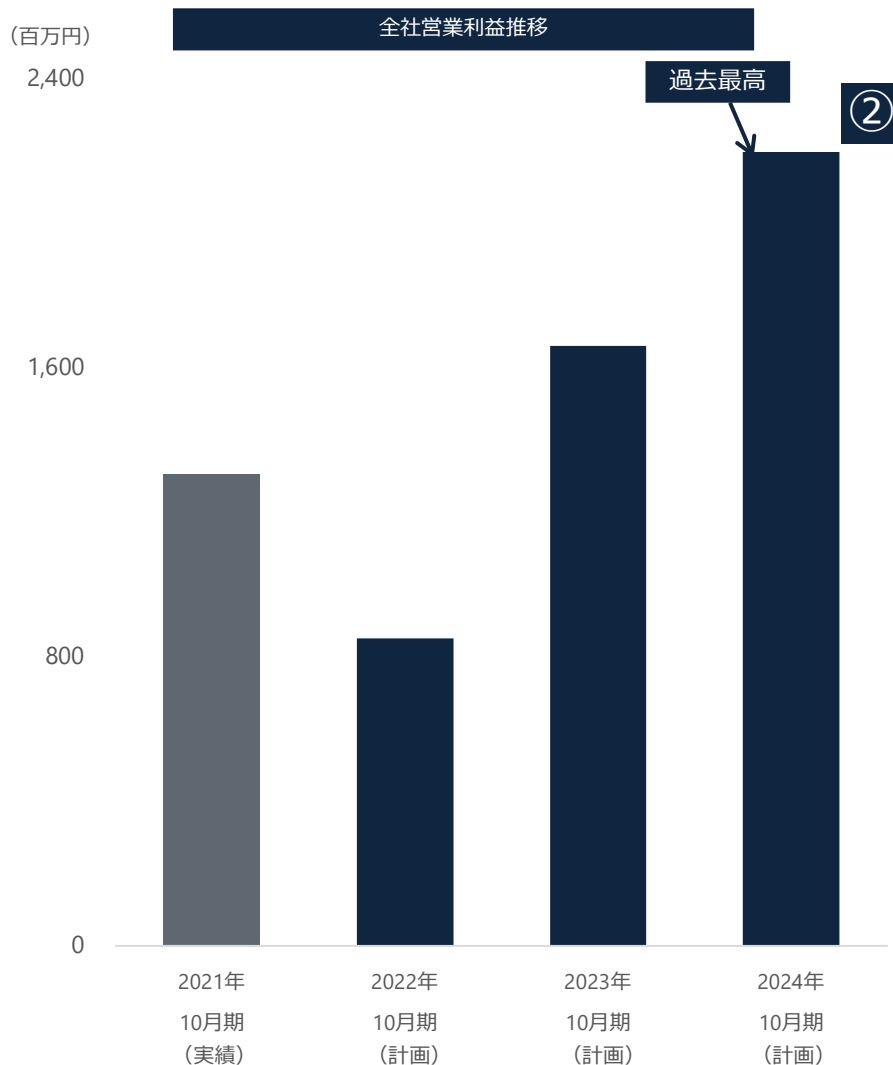
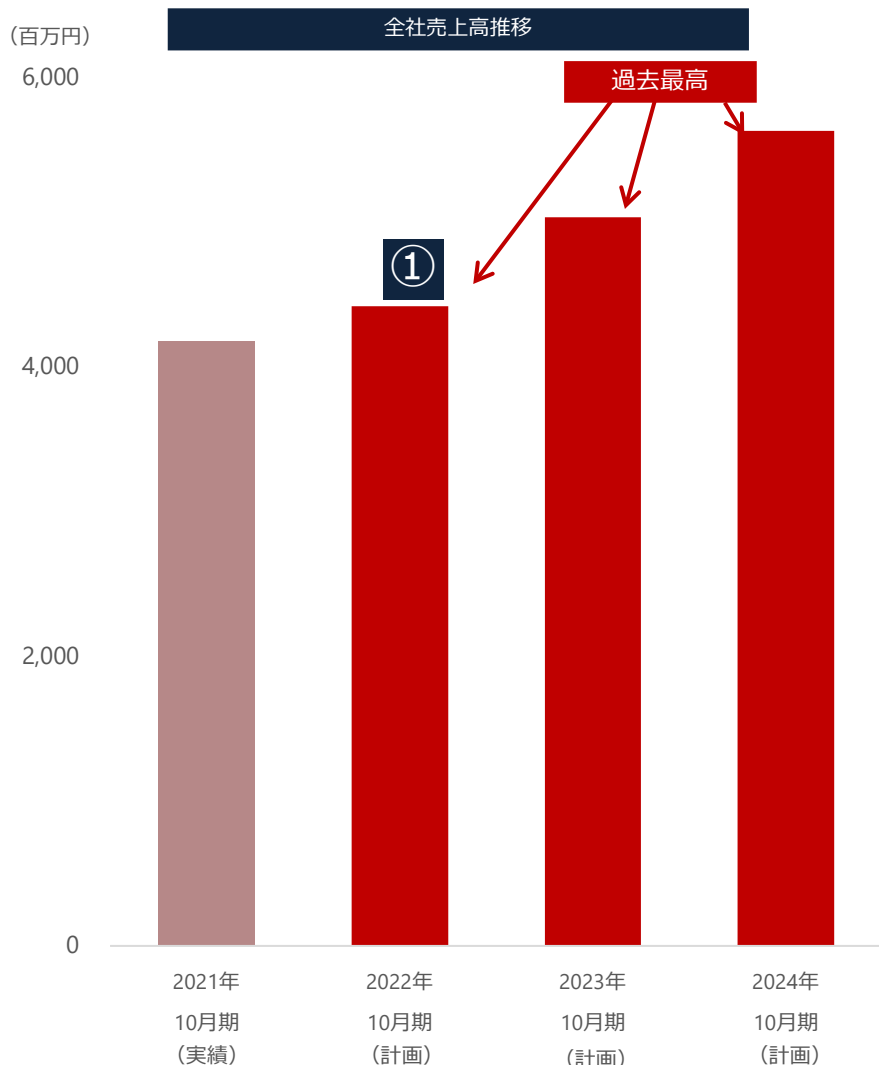
- 2024年までの成長戦略 -

# 2024年までの成長戦略 教育メディアサービス売上高推移 **イトコロ**

- ・ 2020年10月期より新型コロナウイルスの影響が発生したものの2021年10月期は過去最高売上高を更新
- ・ 2022年10月期以降も安定的に成長し、毎年過去最高売上高を更新する見込み



- ① 2021年10月期は過去最高売上高を更新させ、引き続き安定成長を見込む
- ② 2022年10月期に『塾ナビ』において戦略的に広告宣伝を強化することで営業利益は一時的に低下するものの、新型コロナウイルスの影響がなくなることに加え、認知度向上 / ブランド力強化の影響を加味し売上高は引き続き2022年10月期以降も、営業利益は2024年10月期にて、過去最高業績の達成を見込む



- ① 既存事業を安定成長させフリーキャッシュフローを生み出す
- ② 投資事業にて大きな成長を目指す
- ③ これまで『塾ナビ』などで成功した施策を買収事業に導入しさらなる成長を目指す

2022年-24年  
売上高年平均成長率

領域

メディア

+10%~

① 既存事業

**塾ナビ** 家庭教師 **比較** ネット

+2~5%

注力領域

② 投資事業

全国学校選びNO.1口コミサイト  
**みんなの学校情報**

+20%~30%

**みんなの専門学校情報**

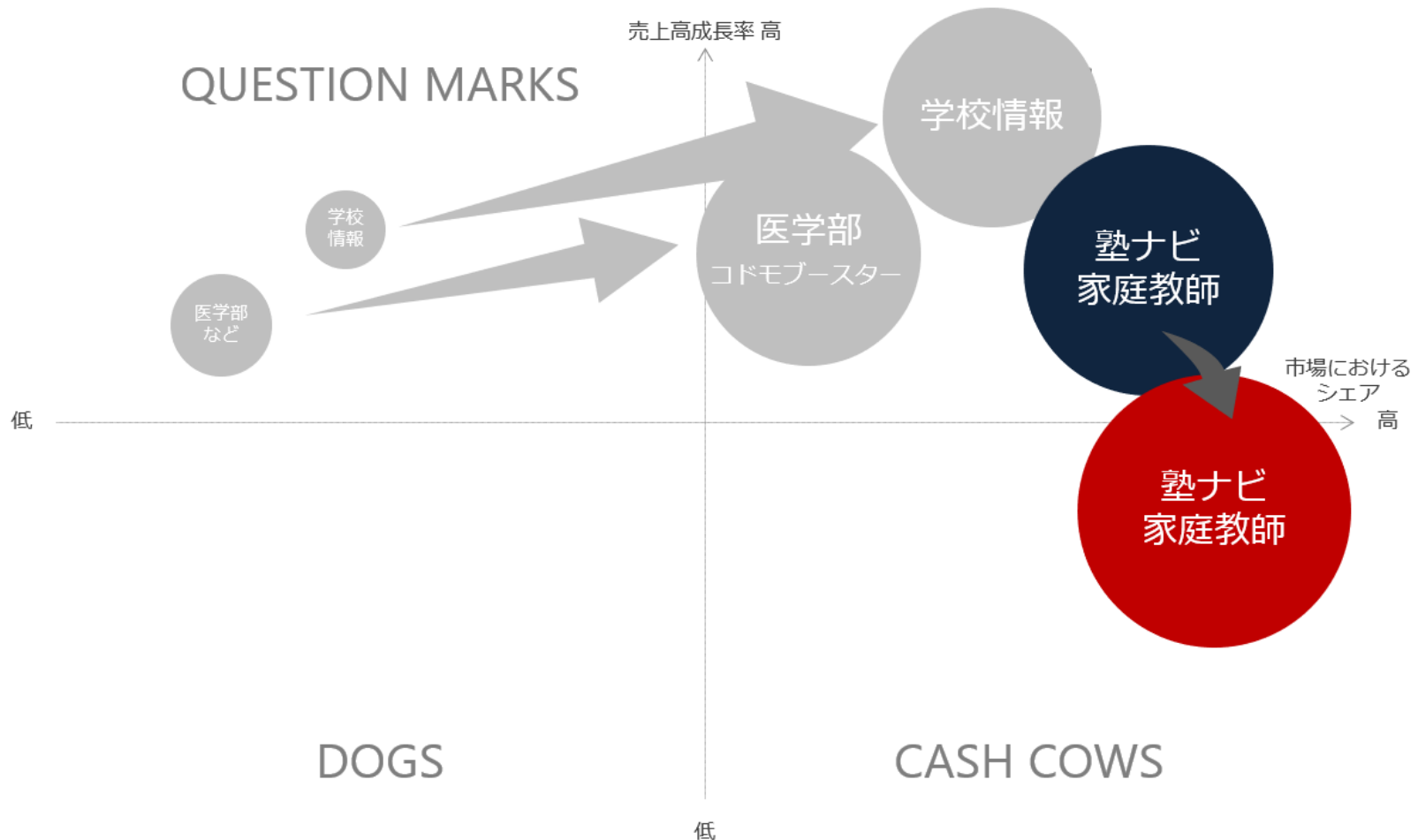
+40%~50%

③ 買収事業

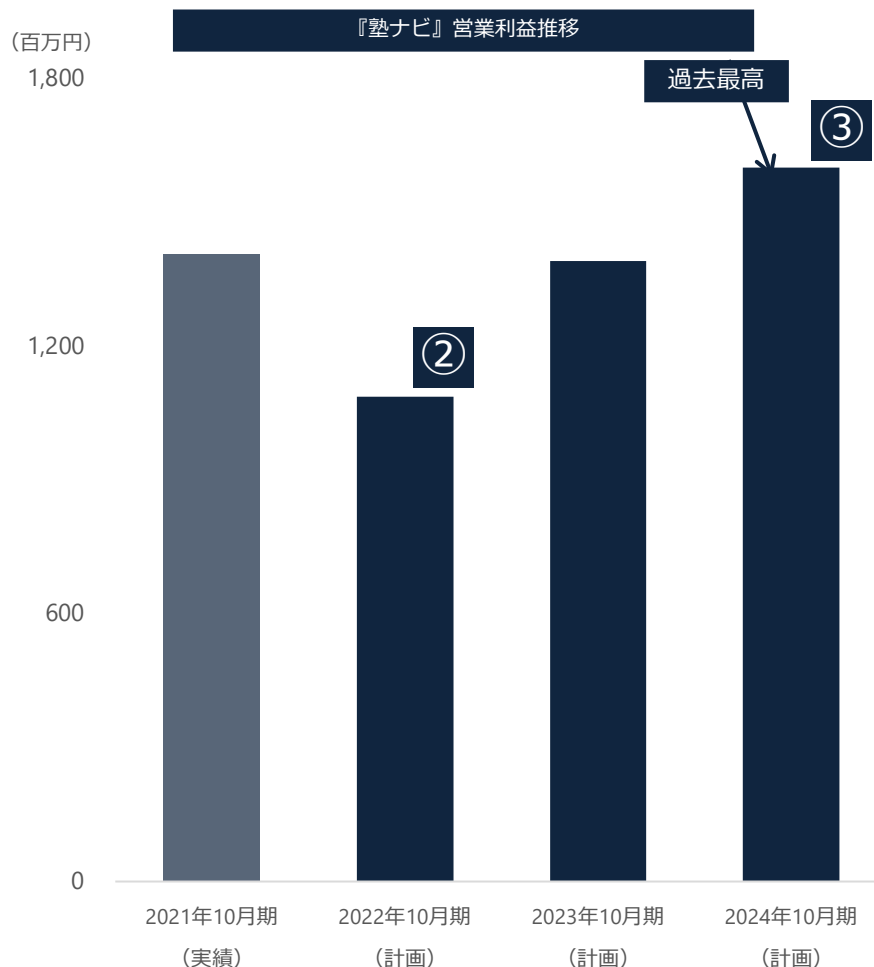
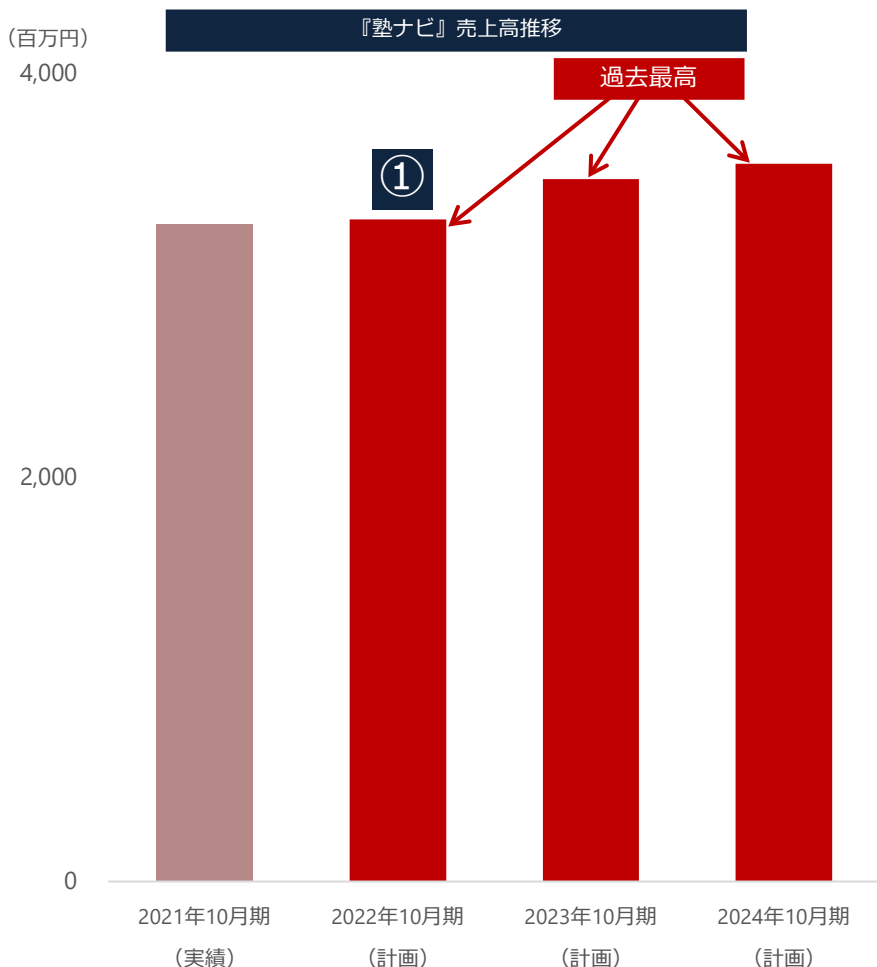
申込み可能教室1万教室突破！  
**ゴドモブスター** **医学部** 予備校 **ガイド**

+40%~50%

# ① 既存事業を成長させる (STARS から CASH COW)

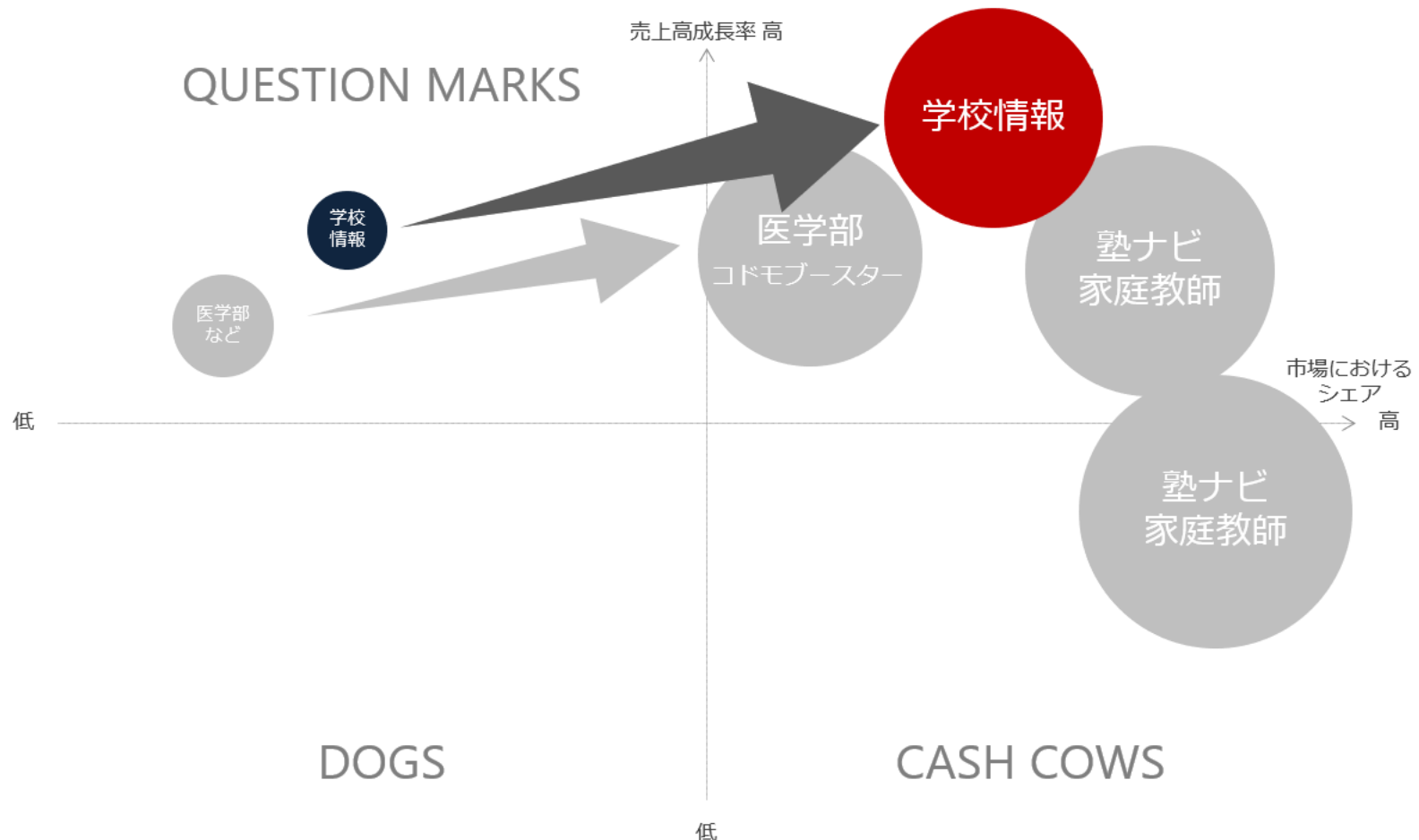


- ① 2022年10月期以降も過去最高売上高を更新させ、引き続き安定成長を見込む
- ② 2022年10月期に顧客への送客数の担保、及び認知度向上・ブランド力強化を目的として広告宣伝を強化（3億円程度を予定）
- ③ 新型コロナウイルスの影響がなくなり、認知度向上 / ブランド力強化の影響を加味し営業利益においても2024年10月期に過去最高を見込む



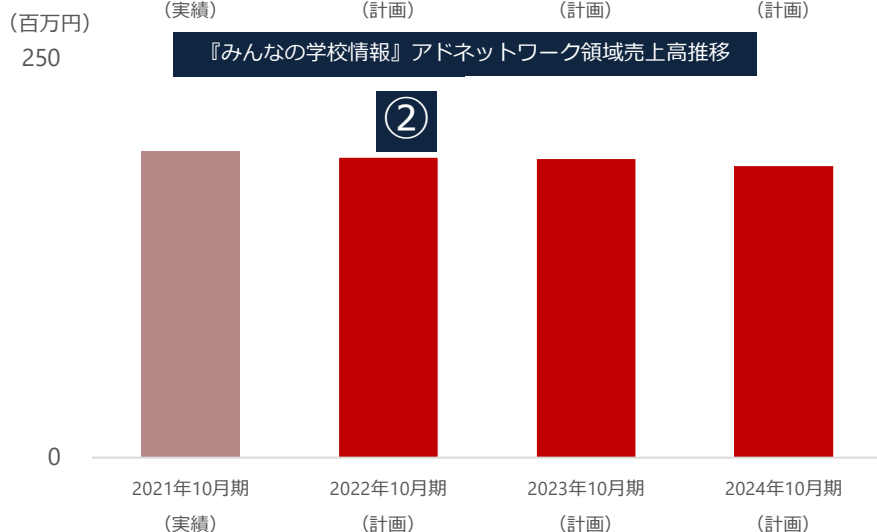
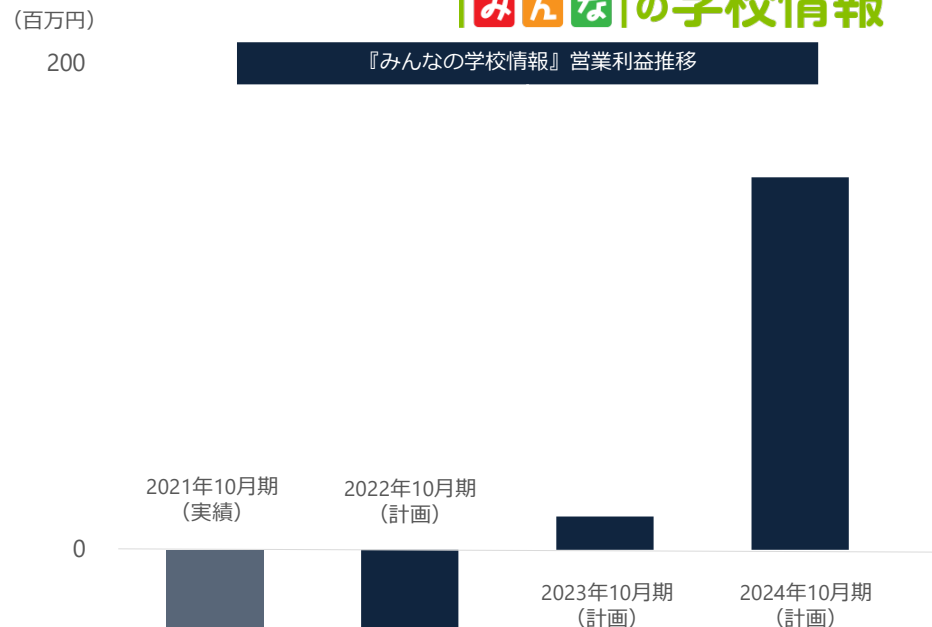
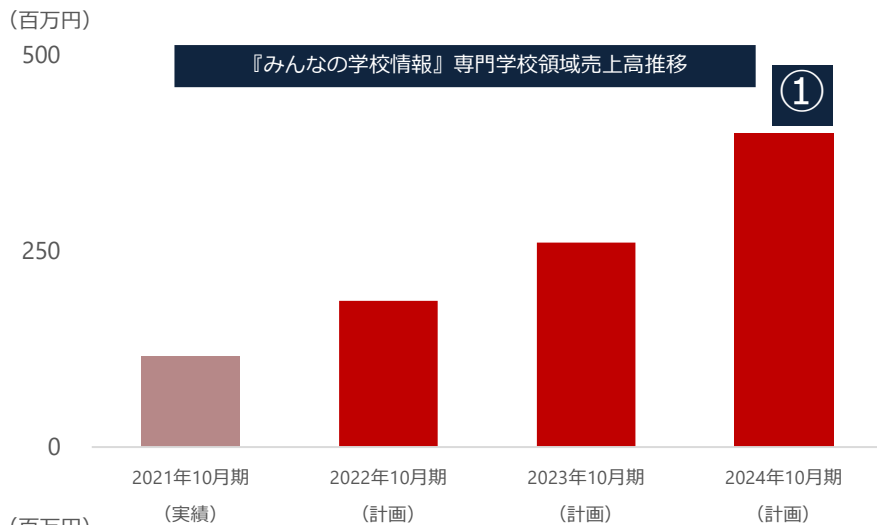
※ 既存事業の領域においては『塾ナビ』の売上高/営業利益が大きいいため、このスライドでは『塾ナビ』についてご説明いたします。

## ② 投資事業を成長させる (QUESTION MARKS から STARS)





- ① 引き続き伸びしろのある専門学校領域へリソースを集中することで2022年から2024年の売上高平均成長率は40%を目指す
- ② Cookieの規制強化の影響を受けアドネットワークにおける収益性が低下  
 今後は売上高を維持しつつ、事業効率を上げる方針に転換





カテゴリ別方針

幼稚園

小学校

中学校

高校

大学

アドネットワークでの収益を維持しつつ  
事業効率を高める

注力領域

専門学校

資料請求によるマネタイズを加速  
▶ サイト改善を進め、資料請求件数を増加

2024年10月期の売上高を4億円にする計画に向け、下記①～③のKPIをそれぞれ達成させる

|                                 |  | 2024年10月期計画 |
|---------------------------------|--|-------------|
| 売上高                             |  | 4 億円        |
| 資料請求件数※1<br>(オープンキャンパス申込数含む ※2) |  | 25 万件       |
| ① 年間ユーザー数                       |  | 900 万UU     |
| ② CVR※3                         |  | 0.87 %      |
| ③ 一人当たりの平均資料請求件数                |  | 3.3 件/人     |
| 有料掲載学校数                         |  | 1,400 校     |

達成済

※1 有料掲載学校への資料請求件数と無料掲載学校への資料請求件数の合計値になります。

※2 オープンキャンパス申込は資料請求に比べ平均単価が約5倍であるため、5倍換算して資料請求件数に足しております。

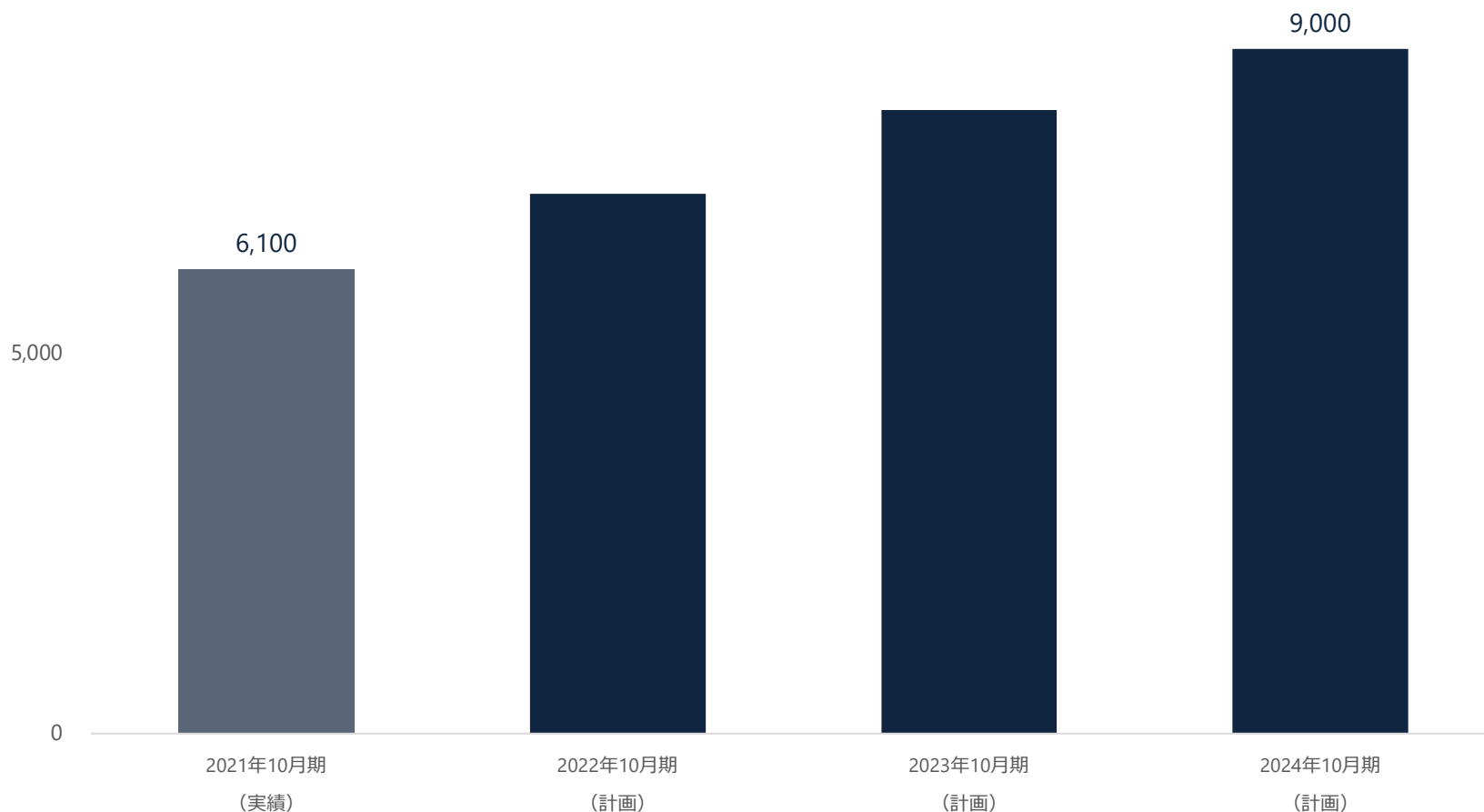
※3 CVR : Conversion Rateを略したもので、サイトのユーザー数のうち、コンバージョン(資料請求)に至った割合を示しています。

① 年間ユーザー数 610万UU (2021年実績) ⇒ 900万UU (2024年計画)

口コミを中心とするコンテンツの強化に加えて広告宣伝を強化することで  
ユーザー数は3年間で1.5倍への成長を目指す

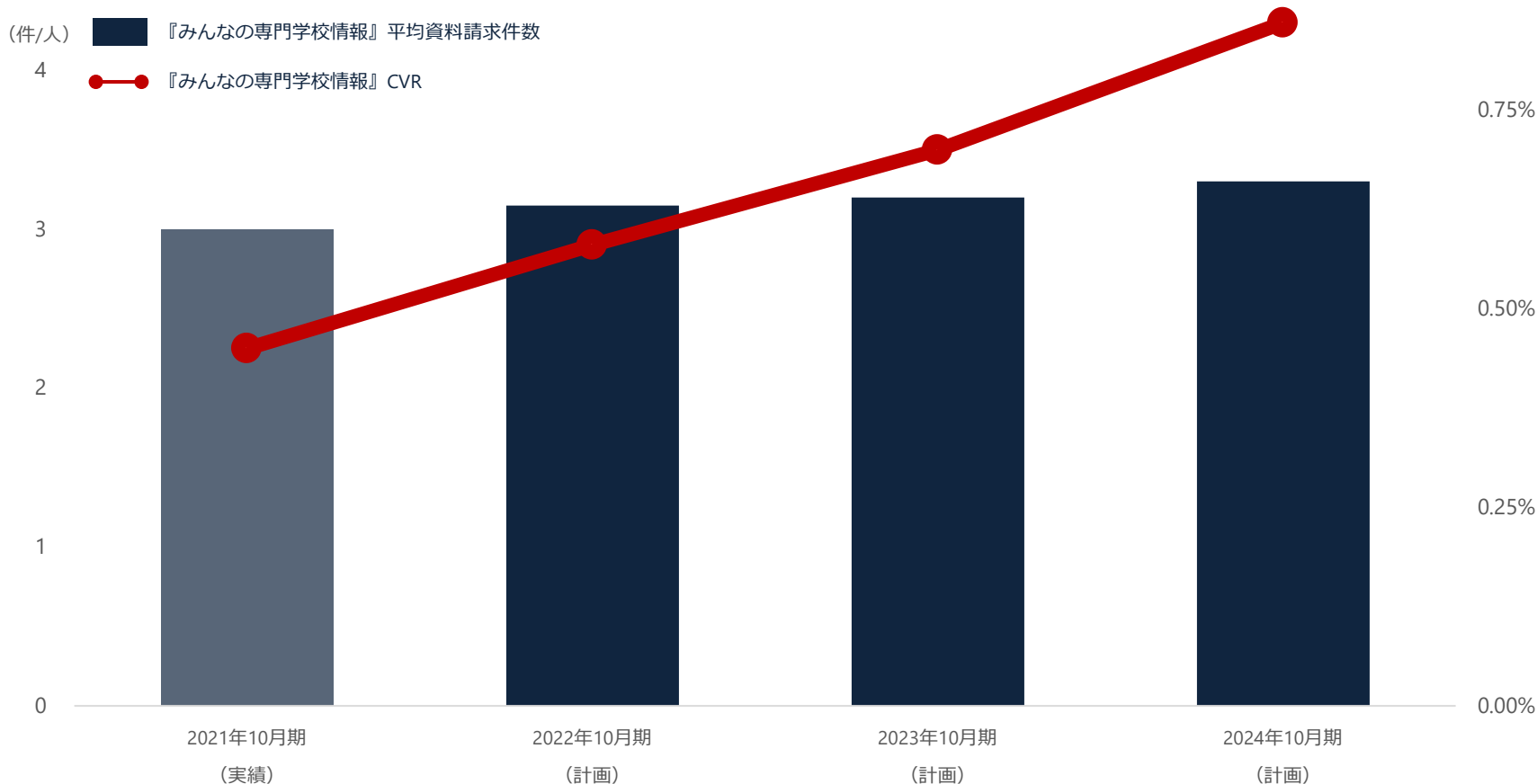
(千UU)  
10,000

『みんなの専門学校情報』ユーザー数

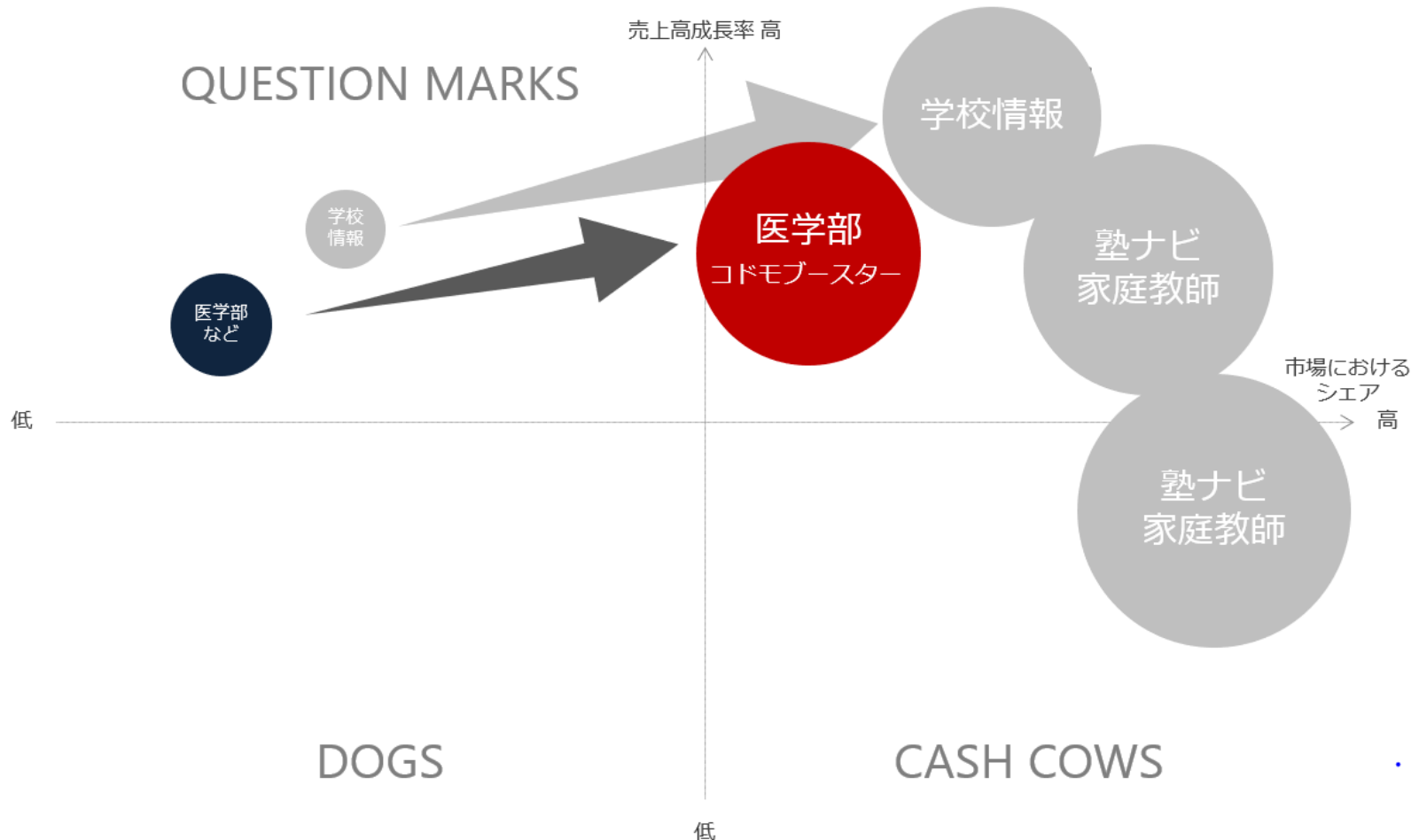


② CVR 0.45% (2021年実績) ⇒ 0.86% (2024年計画)

③ 一人当たり平均資料請求件数 3.0件 (2021年実績) ⇒ 3.3件 (2024年計画)



# ③ 買収事業を成長させる (QUESTION MARKS から STARS)



- ① 『医学部予備校ガイド』では新型コロナウイルスは業績に大きく影響せず
- ② 『コドモブースター』に関しては新型コロナウイルス感染者数拡大の影響は受けたもののユーザー数は順調に拡大。業績面と共にさらなる拡大を目指す

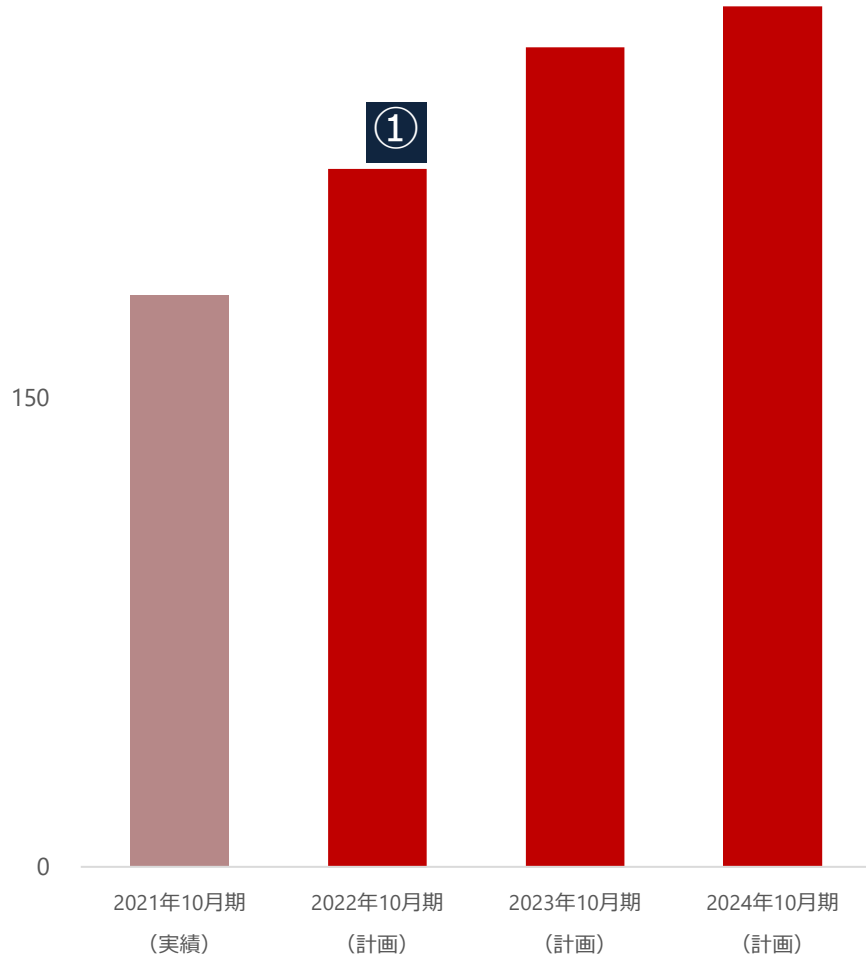
(百万円)



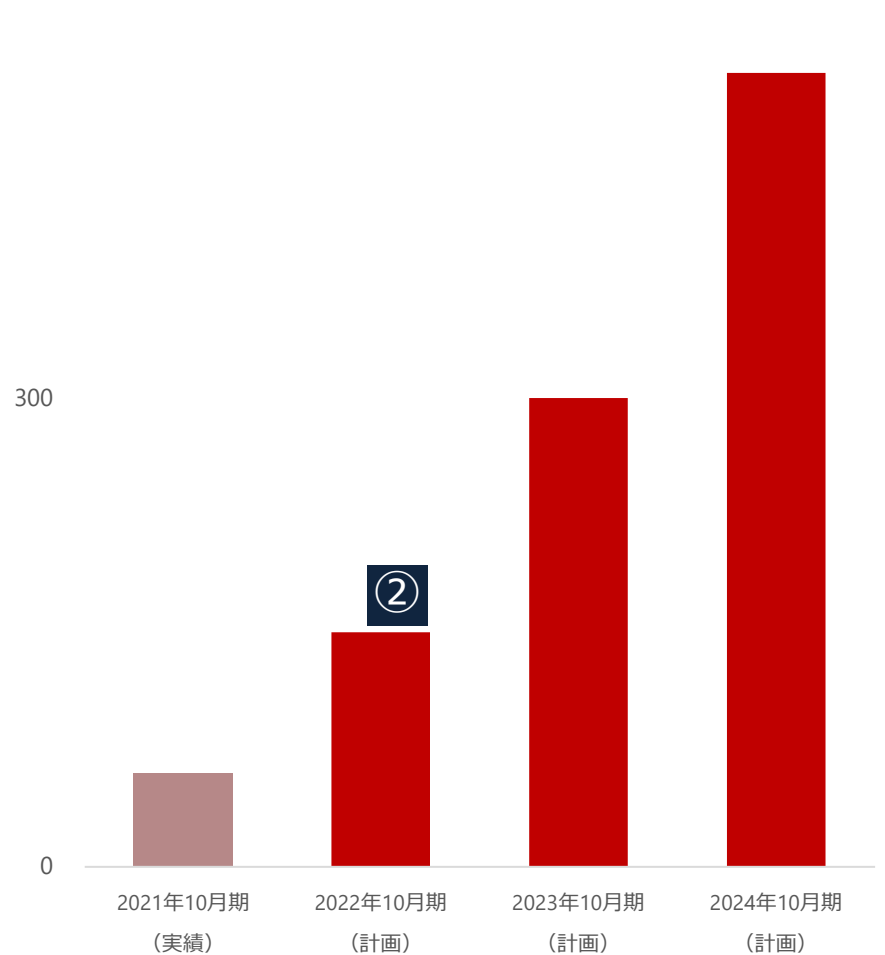
(百万円)



『医学部予備校ガイド』売上高推移



『コドモブースター』売上高推移

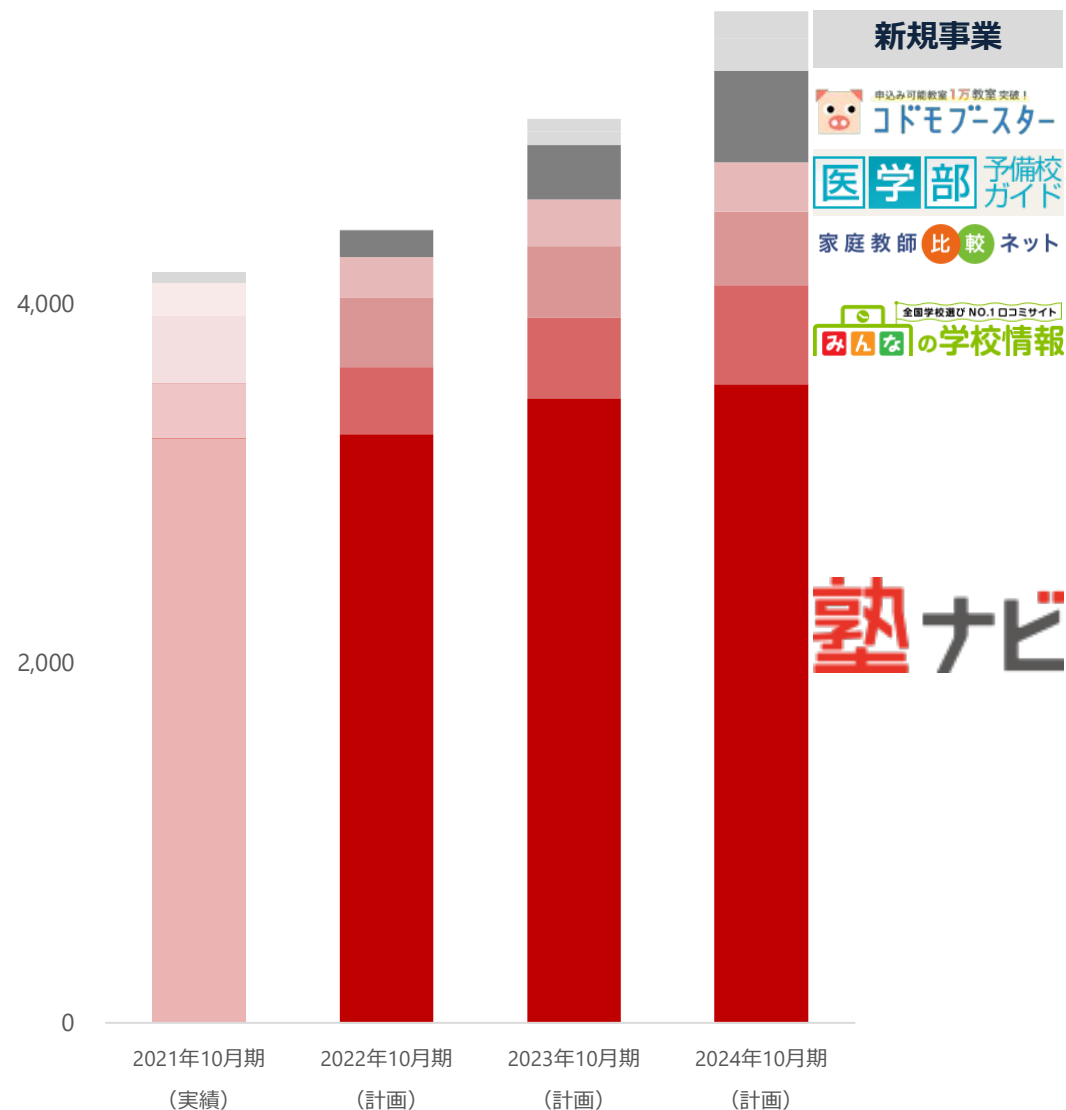


# ④ 全社2024年10月期までの 成長戦略



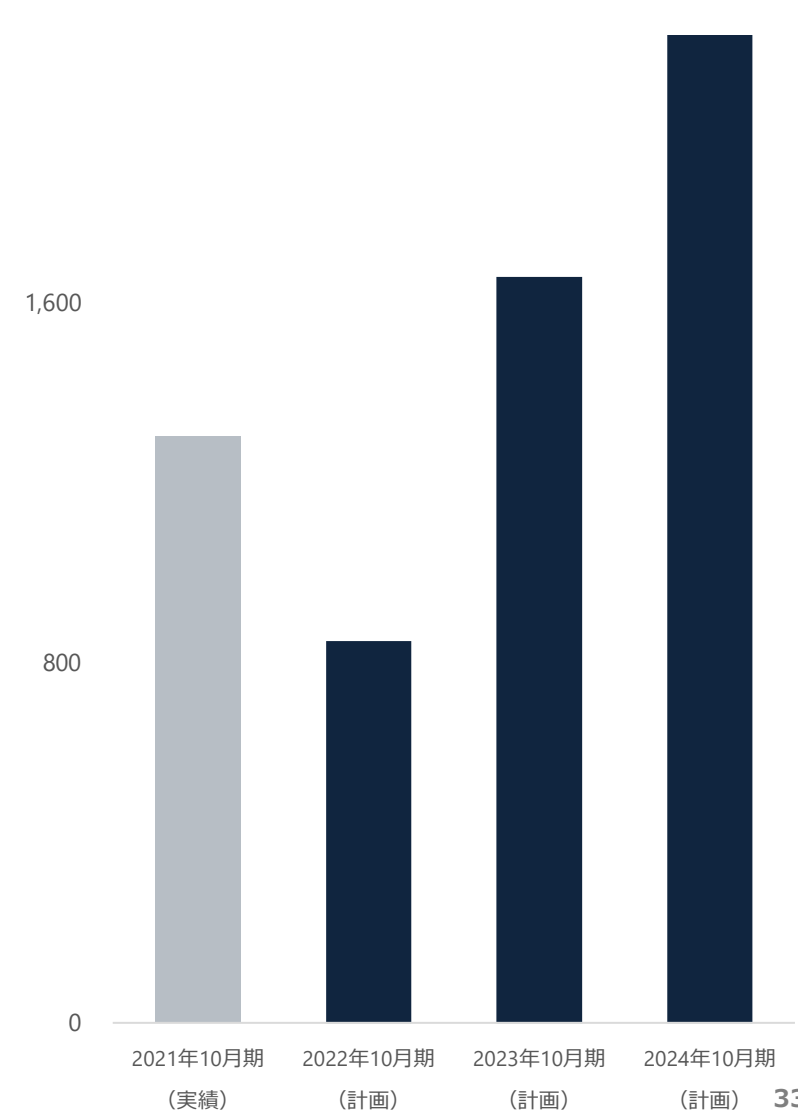
(百万円)  
6,000

## 売上高推移



(百万円)  
2,400

## 営業利益推移



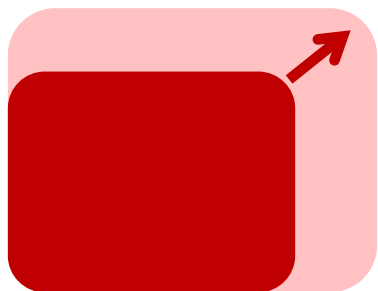
① 学習塾予備校・家庭教師領域、② 学校教育領域、③ その他民間教育領域において  
更なるシェアの拡大を狙う

①

学習塾予備校  
家庭教師領域

塾ナビ

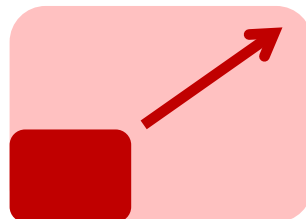
家庭教師 比較 ネット



②

学校教育領域

全国学校選び NO.1 口コミサイト  
みんなの学校情報

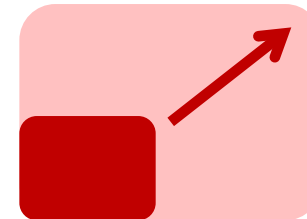


③

その他  
民間教育領域

医学部予備校  
ガイド

申込み可能教室1万教室突破!  
コドモブースター



※各図の大きさは、実際の売上規模を正確に反映しているわけではありません。

- ① 既存事業を安定成長させフリーキャッシュフローを生み出す
- ② 投資事業にて大きな成長を目指す
- ③ これまで『塾ナビ』などで成功した施策を買収事業に導入しさらなる成長を目指す

2022年-24年  
売上高年平均成長率

領域

メディア

+10%~

① 既存事業

**塾ナビ** 家庭教師 **比較** ネット

+2~5%

注力領域

② 投資事業

全国学校選びNO.1口コミサイト  
**みんなの学校情報**

+20%~30%

**みんなの専門学校情報**

+40%~50%

③ 買収事業

申込み可能教室1万教室突破！  
**コドモブスター** **医学部** 予備校 **ガイド**

+40%~50%

- ・ 2022年10月期期初は、新型コロナウイルス感染者数拡大に起因する定期テストの延期や中止等の学校のスケジュール変更の影響等を一定見込むものの顧客への送客数の担保、及び認知度向上・ブランド力強化を目的として広告宣伝を強化し売上高は前期比増加を計画

(単位：百万円)

|    | 売上高   | 営業利益 | 経常利益 | 当期純利益 |
|----|-------|------|------|-------|
| 通期 | 4,420 | 850  | 850  | 527   |

※ 1 2022年10月期の期首より「収益認識に関する会計基準」（企業会計基準第29号）等を適用するため、上記の業績予想は当該会計基準等を適用した後の金額となっており、対前期増減率は記載しておりません。

※ 2 経営指標等の進捗状況については、当社が定期的に開示しております「有価証券報告書」「決算短信」「決算説明資料」を参照ください。

# サステナビリティ 関連情報

## ミッション

すべての人に、人生を豊かにする教育を

## ビジョン

すべての人が

一人ひとりにあった教育を選択できる

「教育選びのインフラ」をつくる

## ビジョン

# すべての人が、一人ひとりにあった教育を選択できる 「教育選びのインフラ」をつくる

自分や自分の子どもが受ける教育を、十分な情報がない中で選択する  
それがこれまでの当たり前でした

イトクロは、口コミをはじめとしたユーザーにとって価値ある情報を集め  
分かりやすく整理し、メディアを用いてユーザーへ提供することで  
より一人ひとりにあった教育を選択できるようにします

そうして「教育選びのインフラ」を整え、すべての人が十分な情報の中から  
教育を選択できることを当たり前にします

この「教育選びのインフラ」を通じて  
すべての人が一人ひとりの個性や特性にあった教育と出会い  
より豊かな人生を送ることのできる社会を実現します

当社は「すべての人に、人生を豊かにする教育を」をミッションに  
月間ユーザー数1,700万を超える教育メディアを展開しております

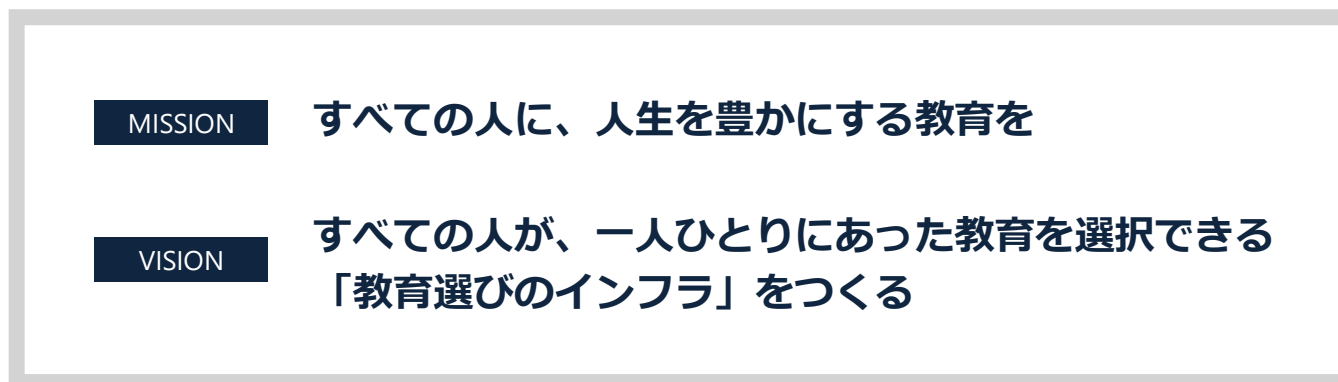
そして、当社の事業における社会的インパクトと経済的リターンは本質的に一致しており  
当社の教育メディアの拡大によって、より多くの人々が教育への公平なアクセスを得られることが可能となり  
SDGs目標4「質の高い教育を みんなに」をはじめとした様々なSDGsの達成に貢献することができます

## SUSTAINABLE DEVELOPMENT GOALS





当社は、事業を通じて社会課題の解決を目指すと同時に  
企業経営のプロセスにおいてESGの視点を重視し、企業価値の最大化を目指します



# サステナビリティに関するマテリアリティ（重要な課題） **イトコロ**

当社では、5つのマテリアリティ（重要な課題）を策定しております※  
 今後もサステナビリティ課題への取り組みに関する監督機関である取締役会のもと  
 項目の見直しを定期的に行う予定です

| マテリアリティ                 | 達成を目指すSDGs  | ESG該当項目                 |
|-------------------------|---|-------------------------|
| ① 教育選びにおける情報の非対称性の解消    |      | Social<br>- 社会 -        |
| ② 「長く一緒に働ける会社」に向けた取り組み  |     | Social<br>- 社会 -        |
| ③ プライバシー管理・データセキュリティの強化 |     | Social<br>- 社会 -        |
| ④ 事業活動を通じた気候変動・環境問題への対策 |     | Environment<br>- 環境 -   |
| ⑤ ガバナンス・リスク管理の強化        |     | Governance<br>- ガバナンス - |

※ ESG情報開示実践ハンドブックやSASBスタンダード等を参考に作成し、取締役会にて妥当性及び重要性に関する評価・検討を経て策定しております。

|                    |                    |                       |                     |         |                  |
|--------------------|--------------------|-----------------------|---------------------|---------|------------------|
| 達成を目指すSDGs         | 4 質の高い教育をみんなに<br>  | 9 産業と技術革新の基盤をつくろう<br> | 10 人や国の不平等をなくそう<br> | ESG該当項目 | Social<br>- 社会 - |
| マテリアリティ<br>(重要な課題) | 教育選びにおける情報の非対称性の解消 |                       |                     |         |                  |

## 1) 国内最大級の教育メディアを通じて、より多くの人々が、あらゆるレベルの教育への公平なアクセスを得られるようになります

- 塾・予備校※1、高校・大学・専門学校※2、家庭教師※3、医学部予備校※4と、各教育領域特化型メディアにおいて利用者数国内No.1
- 教育メディアサービスの月間ユーザー数は1,700万超
- 今後も複数の教育領域において事業展開を検討しており、ミッション「すべての人に、人生を豊かにする教育を」の達成に向けて、ユーザーの求めるサービス作りを続けてまいります

## 2) 主な事業である教育メディアを通じて、ユーザーの求める中立的な優良コンテンツの提供に努めることで、教育選びにおける情報の非対称性の解消に貢献しております

- ユーザーから投稿される口コミに対し、当社独自のガイドラインに則ったシステム等を通して、全てに審査を行っており、違法・不適切な表現を含む口コミが掲載されないよう最大限努めております
- 当社独自のチェックシステムを開発・使用する等、より精度高く不適切な書き込みを抽出するとともに、適宜システムの改善にも努めております
- 不適切な書き込みを発見できなかった場合、あるいは発見が遅れた場合においても、外部の各種専門家の協力のもと適時かつ適切に対応することで、影響の極小化に努めております

※1 2020年版塾・予備校検索サイトの利用に関する市場実態把握調査 実査委託先：株式会社インテージ（2020年1月）  
 ※2 検索サイトNo.1調査「みんなの学校情報」 実査委託先：株式会社インテージ（2020年5月）

※3 家庭教師 検索サイトNo.1調査 実査委託先：株式会社インテージ（2020年3月）  
 ※4 医学部予備校検索サイト掲載予備校数調査 自社調べ（2020年6月）

|                            |                       |                             |                          |                             |                |                          |
|----------------------------|-----------------------|-----------------------------|--------------------------|-----------------------------|----------------|--------------------------|
| <p>達成を目指すSDGs</p>          | <p>3 すべての人に健康と福祉を</p> | <p>5 ジェンダー平等を<br/>実現しよう</p> | <p>8 働きがいも<br/>経済成長も</p> | <p>10 人や国の不平等<br/>をなくそう</p> | <p>ESG該当項目</p> | <p>Social<br/>- 社会 -</p> |
| <p>マテリアリティ<br/>(重要な課題)</p> |                       | <p>「長く一緒に働ける会社」に向けた取り組み</p> |                          |                             |                |                          |

## 1) 2015年より「長く一緒に働ける会社」をスローガンに、福利厚生制度を次々と作り出し子育て世代をはじめとする多様な職員が働きやすい職場環境づくりに努めております

家賃補助制度



育児短時間勤務制度



子育てサポート制度



特別休暇制度



従業員持株会制度



社員面談制度



休職制度



ジョブリターン制度



慶事列席支援制度



クラブ活動支援制度



慶弔金および  
見舞金制度



社内懇親会費用  
補助制度



ホットライン制度



単身赴任者帰省  
手当支給制度



転勤に関する  
費用補助制度



社員貸付金制度



バースデーカード制度





|                            |   |   |  |  |                |                          |
|----------------------------|---|---|--|--|----------------|--------------------------|
| <p>達成を目指すSDGs</p>          | <p>3 すべての人に健康と福祉を</p>  | <p>5 ジェンダー平等を<br/>実現しよう</p>  | <p>8 働きがいも<br/>経済成長も</p>  | <p>10 人や国の不平等<br/>をなくそう</p>  | <p>ESG該当項目</p> | <p>Social<br/>- 社会 -</p> |
| <p>マテリアリティ<br/>(重要な課題)</p> | <p>「長く一緒に働ける会社」に向けた取り組み</p>   |   |  |  |                |                          |

## 2) 従業員がパフォーマンスを最大限に発揮できるよう、適宜外部ツール等の活用も交え従業員の能力開発・環境づくりに非常に力を入れております

- 当社の特徴は、小規模組織、幅広い裁量、経営陣との距離の近さ、自身で考えて行動できるようになる育成風土です
- そうした特徴のある組織を維持成長させるために、できるだけ「個々人の能力や可能性にあわせて組織の形を変える」体制をとっております
- 外部の組織診断ツールや、他社が提供する研修機会（ハラスメント研修、メンタルヘルス研修）を積極的に活用し、従業員のストレスマネジメントやモチベーション管理にも積極的に努めております

## 3) リンクアンドモチベーション社が毎年発表する「ベストモチベーションカンパニーアワード」や、オープンワーク社が発表する「働きがいのある企業」で、上位入賞しております

|                    |  |   |         |                  |
|--------------------|--|---|---------|------------------|
| 達成を目指すSDGs         | 9 産業と技術革新の基盤をつくろう<br> | 12 つくる責任 つかう責任<br> | ESG該当項目 | Social<br>- 社会 - |
| マテリアリティ<br>(重要な課題) | プライバシー管理・データセキュリティの強化  |   |         |                  |

## 1) プライバシーマークの取得をはじめ、お客様の個人情報保護に積極的に取り組み関連する法律、法令、ガイドラインの遵守に努めております

- 2007年より「プライバシーマーク」を認証取得し、本資料提出日現在においてこれを継続しております
- 個人情報保護規程及び情報管理規程を制定し、個人情報を厳格に管理するとともに、全従業員を対象として社内教育を徹底しております

## 2) システム障害やインターネット接続環境の不具合への対応、データセキュリティの強化を目的として、平時より以下をはじめ十分な対策に努めております

- 製品の不具合情報や対処情報の収集
- 過去発生した障害に関する原因の分析結果と再発防止策の社内共有
- 故障発生時の運用体制の構築や障害監視システムの継続的強化
- システムの冗長化による可用性の担保
- 障害発生時対応フローの全社共有と定期的な読み合わせ・見直し





|                            |  |   |  |                |                               |
|----------------------------|--|---|--|----------------|-------------------------------|
| <p>達成を目指すSDGs</p>          | <p>9 産業と技術革新の基盤をつくろう</p>  | <p>12 つくる責任 つかう責任</p>  | <p>13 気候変動に具体的な対策を</p>  | <p>ESG該当項目</p> | <p>Environment<br/>- 環境 -</p> |
| <p>マテリアリティ<br/>(重要な課題)</p> | <p>事業活動を通じた気候変動・環境問題への対策</p>   |   |  |                |                               |

## 1) 事業活動を通じて、紙媒体の消費による環境負荷の軽減に貢献しております

- インターネットメディアの運営を通じて、チラシやイベントへの広告出稿がWEBへ移行されることで、ペーパーレス化を推進しております
- 社内においても会議資料のペーパーレス化を推進し、事業活動に係る従業員1人当たりの紙の印刷枚数を削減しております

## 2) 自然災害及び感染症発生時において、従業員等の安全の確保と事業の継続に向けた対策を整えております

- リスク管理規程に基づき非常時に適切に対応するための体制を整備しております
- 全従業員に向けて災害発生時の対応ルール等についても共有をし、従業員等の安全の確保と事業の継続に向けた対策を整えております

|                            |   |                |                                 |
|----------------------------|---|----------------|---------------------------------|
| <p>達成を目指すSDGs</p>          |   | <p>ESG該当項目</p> | <p>Governance<br/>- ガバナンス -</p> |
| <p>マテリアリティ<br/>(重要な課題)</p> | <p>ガバナンス・リスク管理の強化</p>   |                |                                 |

**1) コーポレート・ガバナンスの充実化に向けて、3名（過半数）の独立社外取締役を選任するなど、取締役会の監督機能の整備・運用を行っております**

- 取締役5名のうち独立社外取締役を3名（過半数）とする取締役会の体制のもと、経営方針に関する重要事項を審議・決定するとともに、各取締役の業務執行状況の監督を行っております
- 監査・監督機能の強化とコーポレート・ガバナンスの一層の充実を図るとともに、迅速な意思決定と業務執行により、経営の透明性と効率性を図ることを目的とした体制を構築しております

**2) 企業倫理と法令順守の徹底に向けた体制の構築・取り組みを行っております**

- 株主総会、取締役会、監査等委員会、内部監査チームといった機関を有機的かつ適切に機能させ、会社法をはじめとした各種関連法令に則り、適法に運営を行っております
- コンプライアンスや重要な法的判断については、顧問弁護士と連携する体制をとっております
- 関連する各種法的規制などを遵守するよう、社内ルールの充実化及び社員教育を行うとともに、それらの遵守体制を整備・強化しております



取締役5名のうち社外取締役が3名（過半数）と、経営の透明性・客観性を重視した体制をとっております

## 取締役5名

長期にわたりメディア業界に従事



代表取締役 CEO

**山木 学**

(やまき まなぶ)

株式会社リクルートにて営業に、株式会社カカクコムにて事業開発に携わった後  
2006年 当社取締役就任  
2009年 当社代表取締役就任  
2015年 当社代表取締役 CEO就任（現任）

長期にわたり教育業界に従事



代表取締役 COO

**領下 崇**

(りょうした たかし)

大手教育企業にてカンパニー長や広告宣伝に携わった後  
2008年 当社入社  
2014年 当社取締役就任  
2015年 当社代表取締役 COO就任（現任）

## 独立社外取締役3名

金融業界における長期の職務経験



社外取締役  
監査等委員

**中安 祐貴**

(なかやす ゆうき)

弁護士として企業法務に精通



社外取締役  
監査等委員

**鈴木 智也**

(すずき ともなり)

金融業界における長期の職務経験



社外取締役  
監査等委員

**忍足 大介**

(おしだり だいすけ)

社外取締役については、専門性及び経営に関する知識・経験・能力を有する3名で構成されております

## 金融業界における長期の職務経験

## 弁護士として企業法務に精通

## 金融業界における長期の職務経験



社外取締役  
監査等委員

**中安 祐貴**

(なかやす ゆうき)



社外取締役  
監査等委員

**鈴木 智也**

(すずき ともなり)



社外取締役  
監査等委員

**忍足 大介**

(おしだり だいすけ)

2006年 UBS証券株式会社入社  
2011年 クレディ・スイス証券株式会社入社  
2015年 株式会社みんせつ 設立  
同代表取締役就任（現任）  
2016年 当社取締役（監査等委員）就任（現任）  
2018年 武士道アセットマネジメント株式会社監査役  
（現任）

2007年 弁護士登録（第一東京弁護士会）  
光和総合法律事務所  
2011年 同事務所パートナー弁護士就任（現任）  
2013年 公益財団法人日本相撲連盟評議員就任（現任）  
2016年 当社取締役（監査等委員）就任（現任）

1994年 朝日監査法人アーサーアンダーセン入社  
1995年 国際電信電話株式会社入社  
1996年 AT&T Jens/AT&T Japan 入社  
1999年 JPMorgan・インベストメント・マネジメン  
東京支店（現JPMorgan・アセット・マネジ  
メント株式会社）入社  
2012年 同社 マネージングディレクター  
株式会社NTTドコモ 入社  
2017年 同社 スマートライフ推進部 担当部長  
当社取締役（監査等委員）就任（現任）  
2018年 株式会社 ABC Cooking Studio 社外取締役  
2018年 株式会社トレタ 社外取締役（現任）  
2019年 株式会社empheal 社外取締役（現任）  
2020年 株式会社NTTドコモアライアンス推進室長  
就任（現任）  
2020年 株式会社グッドイートカンパニー代表取締役  
副社長COO兼CFO（現任）

# リスク情報

当社の事業展開上、顕在時の影響が大きく「特に重要なリスク」と位置づけたリスクについて以下に記載いたします。その他重要なリスクについては、有価証券報告書をご確認ください

| 想定リスク                    | 顕在化の可能性<br>(時期) | リスクの内容と顕在化した際の影響  | リスクへの対応策  |
|--------------------------|-----------------|---|---|
| 教育市場について                 | 低<br>(中長期)      | 教育市場における売上高が当社の売上の大半を占めており、同市場の著しい縮小や変動は、当社の事業や業績に影響を及ぼす可能性があります。   | 当社では、教育市場の中でもユーザー層やクライアント層の違う複数領域への事業展開拡大を行うことで、特定の領域に依存しない幅広いポートフォリオを構築しております。また、同市場の動向を慎重に見極めコストコントロールを徹底することで、当該リスクの低減に努めております。                                      |
| システムやインターネット接続環境の不具合について | 中<br>(特定時期なし)   | 当社は、主にインターネットを通して、生活関連情報を提供しており、当社のシステムやインターネット接続環境の安定的稼働は、当社が事業を行っていく上で大前提であります。当社は、サーバーが不測の事態によって停止し、又は蓄積されたデータが失われることにより、当社の事業遂行に影響が出ないように、また、外部からの不正なアクセスが出来ないように、様々なリスク回避対策を行っております。しかしながら、自然災害や事故、ソフトウェアの不具合、ネットワーク経由の不正アクセスやコンピュータウイルスの感染などの予期せぬ事態が発生した場合、当社の事業や業績に影響を及ぼす可能性があります。 | 当社では、当該リスクの顕在化を完全に回避することは困難だと考えておりますが、万が一リスクが顕在化した場合に備えて、製品の不具合情報や対処情報の収集、過去発生した障害の原因分析結果と再発防止策の社内共有、故障発生時の運用体制の構築や障害監視システムの継続的強化、システムの冗長化による可用性の担保等、平時より十分な対策に努めております。 |

当社の事業展開上、顕在時の影響が大きく「特に重要なリスク」と位置づけたリスクについて以下に記載いたします。その他重要なリスクについては、有価証券報告書をご確認ください

| 想定リスク               | 顕在化の可能性<br>(時期) | リスクの内容と顕在化した際の影響   | リスクへの対応策  |
|---------------------|-----------------|--|---|
| 個人情報流出について          | 低<br>(特定時期なし)   | <p>当社は、コンピュータウイルスや不正な手段による外部からのシステムへの侵入、システムの瑕疵、役員や提携事業者の過誤、自然災害などによる情報の外部流出の可能性は皆無とは言えず、これを理由に法的紛争に巻き込まれる可能性又は当社の信用が低下する可能性があり、係る場合には、当社の事業や業績に影響を及ぼす可能性があります。</p>  | <p>当社では、「個人情報の保護に関する法律」における個人情報取扱事業者として同法の適用を受けており、事業を通して、各種個人情報を保有しております。これらの情報の管理について、当社では、個人情報保護規程及び情報管理規程を制定し、個人情報を厳格に管理するとともに、全従業員を対象として社内教育を徹底する等、個人情報の保護に関する法律及び関連法令並びに当社に適用される関連ガイドラインの遵守に努めるとともに、個人情報の保護に積極的に取り組んでおります。また、「プライバシーマーク」の認証を取得し、本書提出日現在においてこれを継続しております。</p> |
| 自然災害、感染症等によるリスクについて | 中<br>(特定時期なし)   | <p>地震、台風、津波等の自然災害、火災、停電、国際紛争、又は新型コロナウイルス感染症を含む伝染病の拡大等が発生した場合、当社の事業運営に深刻な影響を及ぼす可能性があります。</p> <p>当社のサービス展開地域において大規模な自然災害等が発生した場合には、止むを得ずサービスの提供を一時的に停止する可能性があります。</p> <p>また本社及び事業所への被害や電力供給の制限等、事業継続に支障をきたす事象が発生した場合、各種災害や国際紛争等による物的・人的損害が甚大である場合には事業の継続自体が困難又は不可能となる可能性があります。</p> <p>このような事態が発生した場合には、当社の業績に影響を及ぼす可能性があります。</p> | <p>当社では、自然災害及び感染症発生時における事業継続については、リスク管理規程に基づき適切に対応いたします。</p> <p>全社的な対応が重要である場合は、代表取締役をリスク管理統括責任者とする緊急事態対応体制をとり、従業員等の安全の確保と事業の継続に努めてまいります。</p>   |

本発表において提供される資料並びに情報は、いわゆる「見通し情報」（forward-looking statements）を含みます。

これらは、現在における見込み、予想およびリスクを伴う想定に基づくものであり、実質的にこれらの記述とは異なる結果を招き得る不確実性を含んでおります。

それらリスクや不確実性には、一般的な業界ならびに市場の状況、金利、通貨為替変動といった一般的な国内および国際的な経済状況が含まれます。

次回の「事業計画及び成長可能性に関する事項」の開示時期は、2022年12月を予定しております。